

УДК 338.367

К.Г. Наумік-Гладка, К.М. Вовк

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

## НЕЙРОЕКОНОМІЧНИЙ ПІДХІД ЩОДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІВЕНТ-ДІЯЛЬНОСТІ

*Досліджено чинники впливу на процес прийняття рішення. Розглянуті сучасні теорії прийняття рішень. Проведено аналіз видів економічної поведінки суб'єкта. В результаті дослідження визначені тимчасові ролі, що виконує людина в залежності від специфіки економічних відносин. Виділені функції економічної поведінки суб'єкта, що є актуальними в умовах інформаційної економіки. Досліджено вплив критеріїв на процес прийняття рішення при організації подієвих заходів. Визначена важливість критерія статусу людини (КСЛ). Розроблена схема економічної поведінки суб'єкта підприємницької івент-діяльності в умовах інформаційної економіки. Проаналізовано модель «рефлексивної» поведінки Дж. Сороса. Розглянуто процес стимулювання щодо прийняття рішення М.Ліндстрема.*

**Ключові слова:** нейроекономіка, економічна поведінка, моделі економічної поведінки, суб'єкт економічної діяльності, умови невизначеності, інформаційна економіка, подієві заходи.

### Постановка проблеми

Одним із знакових явищ у формуванні та розвитку нейроекономічного підходу економічних досліджень стало оголошення Нобелівським комітетом у 2002 році присудження меморіальної премії в області економіки вченому-психологу Д.Канеману (Daniel Kahneman) «за інтеграцію результатів психологічних досліджень в економічну науку, перш за все в області суджень і прийняття рішень в умовах невизначеності». Д.Канеман вперше розробив модель того, як люди поведуться при прийнятті рішення в економіці. Він припустив, що поведінка людей визначається більш широким діапазоном психологічних мотивів, і це здійснюється в багатьох економічних явищах. До цього часу була прийнята модель, що людина завжди поводиться раціонально, переслідуючи власний економічний інтерес.

Підтвердженням актуальності нейроекономічного підходу є також наступна Нобелівська премія з економіки 2017 року за вивчення економічної поведінки і за розуміння того, яку роль психологія відіграє в економіці. Лауреатом став американець Річард Тейлер (Richard H. Thaler), фахівець в області поведінкової економіки, професор поведінкової науки і економіки в школі бізнесу Університету Чикаго. Р.Тейлер встановив зв'язок між економічним і психологічним аналізом індивідуальних рішень, провів аналіз ірраціональної економічної поведінки людини.

В теорії економіки моделі економічної поведінки носять абстрактний характер та розглядають механізми прийняття управлінських

рішень в рамках організацій або рішення споживача щодо поведінки на споживчому ринку. Умови невизначеності, в яких доводиться приймати економічні рішення, нестабільні за своєю суттю. Також важливим є суб'єктивність оцінки визначення сприятливих і несприятливих чинників ризику для прийняття рішення. Таким чином, актуальним є формування та реалізація нейроекономічного підходу щодо дослідження економічної поведінки суб'єктів туристичного ринку, дослідження таких чинників як час, соціальні інститути, культурна середовище в якій приймається рішення, вплив характеристик подієвих заходів на економічну поведінку суб'єкта.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Нейроекономіка має на меті показати, що нерациональна поведінка, тобто поведінка, що не вкладається в традиційні нормативні економічні теорії є результатом еволюційного відбору, закріпленого в структурі та функціях нейронних мереж людського мозку [1]. Сьогодні нейроекономіка формується як міждисциплінарний науковий напрям на стику психології, нейробіології і економічної теорії, і направлена на вивчення процесу прийняття рішень під час вибору альтернативних варіантів, розподілу ризиків і винагород.

Підґрунтя розвитку нейроекономічного підходу пов'язане ще з психофізичним підходом до процесу прийняття рішень та сходиться до видатного есе Д.Бернуллі (Daniel Bernoulli), опублікованому в 1738 році, в якому він намагається пояснити, чому люди в основному не схильні до ризику і чому

неприйняття ризику знижується зі збільшенням багатства [2]. Психофізичний підхід є одним з інструментів дослідження сучасної нейроекономіки. Нейроекономіка вивчає процес прийняття рішень при виборі альтернативних варіантів, розподілу ризику та винагороди [3].

Сучасна теорія прийняття рішень запропонована в роботі фон Неймана (John von Neumann) і О. Моргенштерна (Oskar Morgenstern) [4], які встановили деякі якісні принципи, або аксіоми, що визначають переваги раціонального індивіда, який приймає рішення.

Дж. Кейнс (John Maynard Keynes) виділяв об'єктивні і суб'єктивні чинники, що впливають на прийняття людьми економічних рішень. Об'єктивними він вважав фактори, обумовлені зовнішніми обставинами, але пов'язаними з раціональним розрахунком; суб'єктивними - фактори, обумовлені «психологічними особливостями людського характеру» [5]. Герберт А. Саймон (Herbert A. Simon) вважав, що в цілому людська поведінка майже завжди містить значний раціональний компонент, але тільки якщо мати на увазі не специфічне трактування раціональності економістами, яке пов'язане з максимізацією, а більш широкий повсякденний сенс цього поняття [6].

Аузан А.А. вказує на те, що в силу обмеженої раціональності людина «використовує деякі інші алгоритми поведінки», які можуть розглядатися як «поведінкові установки, прийняті людиною не стільки в результаті раціонального пошуку або конструювання, скільки внаслідок ціннісного вибору, нехай навіть не завжди усвідомленого». Науковець підкреслює важливість середовища, в якій виховувалась людина, і як наслідок придбання певних моделей поведінки. В свою чергу ці моделі поведінки, як правило залишаються незмінними на протязі життя. [7]

**Метою цієї статті є дослідження впливу критеріїв на процес прийняття рішення при організації подієвих заходів в рамках нейроекономічного підходу.**

### Виклад основного матеріалу

Залежно від оцінки рівня ризику суб'єкти економічної діяльності дотримуються певної моделі економічної поведінки. В якості економічних суб'єктів можуть виступати групи (асоціації), юридичні особи, органи самоврядування, держава. Під суб'єктом економічної діяльності в рамках нашої статті будемо розуміти фізичну особу (споживача певної послуги), яка має право розпоряджатися матеріальними благами. Економічна поведінка – сукупність соціальних і психологічних дій, які викликані економічними

стимулами та спрямовані на перетворення економічної реальності [8].

З точки зору інших дослідників економічна поведінка трактується як поведінка, що пов'язана з набором економічних альтернатив для раціонального вибору, тобто вибору, в якому мінімізуються витрати і максимізується чиста вигода [9]. Дейнека О.С. пропонує визначення економічної поведінки, як поведінки, що викликана економічними ситуаціями. Спонукальну регулятивну функцію при цьому виконують перш за все економічні мотиви, інтереси, норми і цінності. До економічних мотивів відносяться всі мотиви, що мають економічну спрямованість, а саме такі мотиви, що пов'язані з накопиченням багатства, егоїзму, альтруїзму, гонитві за прибутками, схильності до ризиків і операцій [10].

Дослідники виділяють такі види економічної поведінки: дистрибутивна; інвестиційна; інноваційна; трудова; виробнича; продажна; споживча; обмінна; монетарна; управлінська – які взаємопов'язані та взаємозалежні [8].

Окрім вищезазначених видів економічної поведінки, в залежності від специфіки економічних відносин, людина може виконувати певні ролі, які можуть мати лише тимчасовий характер (табл.1).

Таблиця 1

Види економічної поведінки особистості  
(складено авторами)

Тип ринку \ Рольові функції	Потреба	Вид економічної поведінки
Страховий \ Страховик та Страхувальник	Безпеки	Страхова
Оподаткування \ Платник податків та Податковий інспектор	Соціалізації	Податкова
Релігійний \ Служитель релігійного культу та Віруючий	Безпеки та екзистенційна	Релігійна
Культурно-освітній \ Педагог та Учень	Когнітивна	Навчання

Економічна поведінка залежить від конкретних соціальних умов її реалізації, стану економіки в певний період та нейропсихологічного стану суб'єкта економічної діяльності. Під нейропсихологічним станом суб'єкта в рамках нашої статті розуміється вплив нейропсихічних процесів

на економічну поведінку враховуючи етапи формування потреби, створення мотиваційного комплексу та реалізацію економічної діяльності.

Шабунова О.А. і В.Г.Белехова під економічною поведінкою населення пропонують розуміти сукупність різноманітних соціально-економічних дій суб'єктів в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання благ, пов'язаних з суб'єктивно-оптимізаційним використанням різних за функціями і призначенням обмежених економічних ресурсів і спрямованих на отримання максимальної винагороди (економічної - гроші, товари і позаконотомічної - відпочинок, підвищення кваліфікації, новий соціальний статус) [11]. Вони також розглядають економічну поведінку як особливий суспільний феномен, який виконує певні функції.

З огляду на роботи Шабунової О.А., Белехової В.Г., В'юшиної В.В., Павленко О.Б. авторами були обрані такі функції економічної поведінки, які є актуальними в умовах інформаційної економіки (табл. 2)

Таблиця 2

Функції економічної поведінки	
Функції	Зміст функції
Задоволення потреб	поведінка, ініційована бажанням зняти фрустрацію
Соціалізуюча	в залежності від потреби включення людини в певну соціальну групу
Адаптаційна	раціональне пристосування людини до умов економічного середовища, вибір конкретної економічної поведінки, в залежності від кінцевої мети
Ціннісно-орієнтовна	підтримка традицій, норм, цінностей прийнятих в суспільстві, створення нових цінностей
Регулятивна	пов'язана із глибинними нейропсихологічними механізмами сприйняття правил поведінки з метою зниження рівня тривоги

Таким чином, економічна поведінка являє собою складне системне явище, що об'єднує економічні, культурно-соціальні та нейропсихологічні аспекти.

Сучасна економічна поведінка реалізується в умовах насичення інформацією, в свою чергу ентропія інформації визначає рівень невизначеності

прийняття рішень та реалізації економічної поведінки.

В роботі Мескона М. (Michael H. Mescon), Альберта М. (Michael Albert) та Хедоурі Ф. (Franklin Khedouri) дається визначення того, що «рішення приймається в умовах невизначеності, коли неможливо оцінити ймовірність потенційних результатів. Це повинно мати місце, коли фактори, які потребують врахування, настільки нові і складні, що до них неможливо отримати досить релевантної інформації» [12].

Невизначеність підрозділяється [13]. на стохастичну (мається інформація про розподіл ймовірності на безліч результатів), поведінкову (мається інформація про вплив на результати поведінки учасників), природну (мається інформація тільки про можливі результати і відсутня про зв'язок між рішеннями і результатами) і апіорну (немає інформації і про можливі результати). Завдання обґрунтування рішень в умовах невизначеності всіх типів, крім апіорної, зводиться до звуження початкової множини альтернатив на основі інформації, якою володіє особа, яка приймає рішення (ОПР). Якість рекомендацій для прийняття рішень в умовах невизначеності підвищується при обліку таких характеристик особистості ОПР, як ставлення до своїх вигравів і програшів, схильність до ризику. Обґрунтування рішень в умовах апіорної невизначеності можливо побудовою алгоритмів адаптивного управління [13].

Як вважає Бланк І.А., прийняття рішень в умовах невизначеності засноване на тому, що ймовірності різних варіантів розвитку подій невідомі. Прийняття рішень в умовах ризику ґрунтується на тому, що кожній ситуації розвитку подій може бути задана ймовірність її здійснення. Це дозволяє зважити кожне із значень ефективності і вибрати для реалізації ситуацію з найменшим рівнем ризику [14]. Невизначеність ситуації може бути викликана різними чинниками, наприклад: наявністю значної кількості об'єктів або елементів в ситуації; браком інформації або її неточність; низьким рівнем професіоналізму; обмеженням за часом та ін.

У класичній теорії прийняття рішень в умовах невизначеності засновано на тому, що ймовірності різних варіантів ситуацій розвитку подій для суб'єкта, який приймає ризикове рішення, невідомі. В цьому випадку при виборі альтернативи прийнятого рішення суб'єкт керується, з одного боку, своєю ризиковою перевагою, а з іншого - відповідним критерієм вибору з усіх альтернатив по складеній ним «матриці рішень».

При організації подієвих заходів виділяють чотири основних критерії, що використовують в процесі прийняття рішень в умовах невизначеності

[15]: Критерій Вальда (критерій «максиміна»); критерій «максимакс»; критерій Гурвіца (критерій «оптимізму-песимізму» або «альфа-критерій»); Критерій Севіджа (критерій втрат від «минимакса»).

Всі критерії об'єднані спільною ідеєю мінімізації ризику або втрат, або максимізації прибутку, або позитивного ефекту від прийнятого рішення. З нашої точки зору не менш важливим критерієм при прийнятті рішень є критерій статусу людини (КСЛ). КСЛ обумовлює нейропсихологічні передумови прийняття рішення, відправною точкою для якого є не матеріальна складова, а підкреслення свого статусу та домінантності.

Однак, у всіх вище перерахованих позиціях не врахований часовий чинник прийняття рішення. Д. Канеман та А. Тверські (A.Tverski) [16]., в своїх роботах припустили, що при прийнятті рішень люди спираються на спрощені стратегії, або так звані «правила великого пальця». Такий підхід є ефективним для прийняття управлінських рішень. У ситуації, коли людина змушена діяти в умовах дефіциту часу, важливими є такі концепції, які допомагали б діагностувати конкретні і систематично спрямовані відхилення від оптимальних рішень.

Економічну поведінку в умовах невизначеності можна розглядати як результат ланцюжка вже

прийнятих раніше рішень. Тоді умовою невизначеності виступатиме така умова, яку неможливо прогнозувати в силу не тільки інформаційного обмеження, але і особистісних передумов для проведення аналізу в цілому. За таких умов має місце психологічне дисконтування. Психологи вважають, що люди схильні до тимчасового дисконтування (temporal discounting) - психологічна неможливість відкласти отримання винагороди на тривалий період [17].

Часовий фактор змушує споживача швидко прийняти рішення із запропонованих альтернатив, або навіть при відсутності вибору (дорога покупка: наскільки необхідно дане придбання). Коли вибір зроблений, відбувається суб'єктивне зміна сприйняття умов невизначеності, як додатковий фактор до цих же умов. У такому випадку має місце ефект інтеграції «інформаційна насиченість» - «умови невизначеності» - «економічна поведінка суб'єкта» - «умови невизначеності».

В цілому економічну поведінку суб'єкта підприємницької івент-діяльності в умовах невизначеності можна представити таким чином (рис. 1):

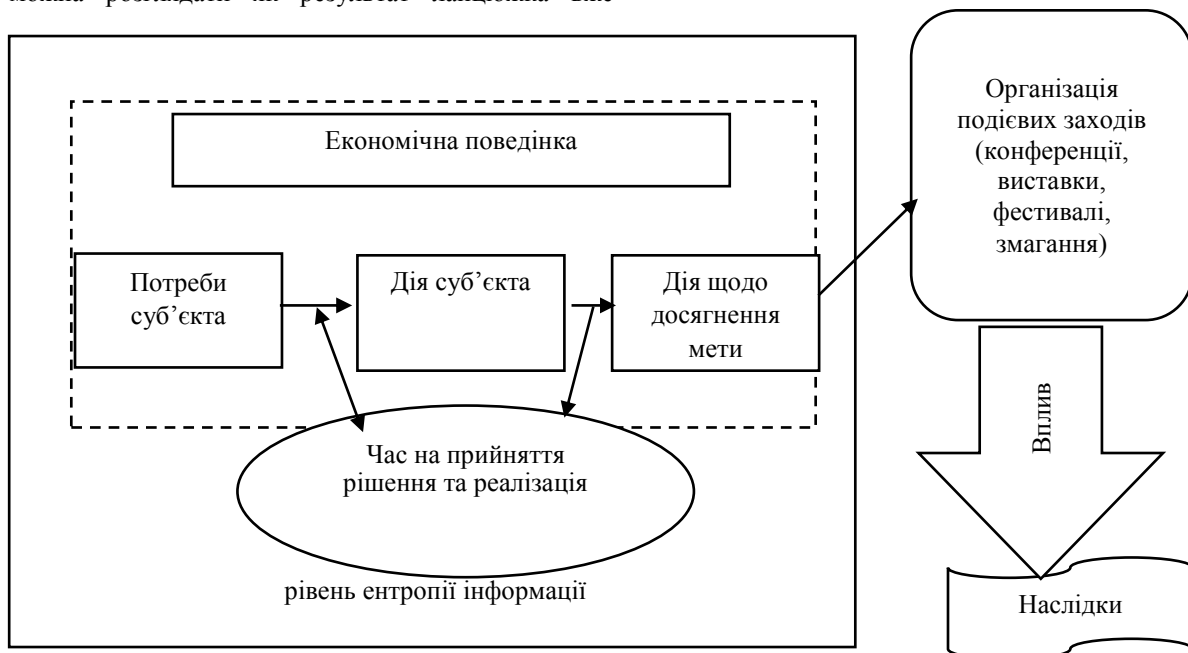


Рис. 1. Схема економічної поведінки суб'єкта підприємницької- івент діяльності в умовах невизначеності (розроблено авторами)

Підприємницька івент-діяльність пов'язана з розробкою і реалізацією концепції майбутнього дійства.

Як правило, знання людини обмежені щодо прийняття раціональних рішень, обмежені можливості обробки інформації, тому рішення часто приймаються в умовах інформаційної насиченості

та невизначеності одночасно. Більш того, величезний потік інформації обрушується на людину, що створює високу емоційну напругу. Йдучи по шляху збереження енергії людина намагається мінімізувати як інтелектуальні, так і емоційні витрати. У деяких ситуаціях матеріальні витрати йдуть на другий план, має місце можливості



вирішити проблему «прямо зараз». Отже, рішення не завжди будуть оптимальними в економічному аспекті. В таких умовах економічна поведінка людини залежить від поведінки оточуючих, що опинилися перед таким же вибором. Дуже чітко це представлено в моделі «рефлексивної» поведінки в системі фондового ринку Дж. Сороса (George Soros), яка визначає, що поведінка суб'єктів ринку – це стохастичний процес, об'єктивні і суб'єктивні компоненти якого не можна диференціювати за принципом об'єкт-суб'єкт. Реальність ринку, особливо фондового – це система масової поведінки, де в цінову інформацію та інші складові, на підставі яких приймаються рішення, закладені переваги діючих індивідів. Основу реальної поведінки «ринкових агентів» становить не принцип ринкової рівноваги, який вирівнює їх шанси, а безперервний процес постійних змін, тобто наслідок поведінки конкретних людей, які проектує і втілюють в реальність майбутнє, які керуються власними гіпотезами, які вони постійно переглядають [18].

В умовах сучасності суб'єкт економічної поведінки, як правило, є об'єктом стимулювання прийняття певного рішення. Як вважає Мартін Ліндстром (Martin Lindstrom), дослідник брендингу, людина завжди є об'єктом постійних маніпуляцій [19]. В своїх дослідженнях він вивчає роль підсвідомого і взагалі людської психіки в процесі покупки. М. Ліндстром доводить, що інформація про продукт, отриманий споживачем через різні канали сенсорного сприйняття, залишається в його довгостроковій пам'яті і використовується при ухваленні рішення про покупку. Зважаючи на це, ефективним є організація подієвих заходів для потенціальних споживачів продукту. В процесі івенту відбувається формування зв'язку між споживачем і брендом на рівні фізіології. Правильна організація події дає можливість впливати на всі п'ять органів почуттів. Таким чином, відбувається мінімізація невизначеності для суб'єкта економічної поведінки, оскільки рішення приймається на рівні інтуїтивного сприйняття інформації.

### Висновки

Модель економічної поведінки суб'єкта формується в певній соціокультурній середі. Економічна поведінка людини залежить не тільки від соціально-економічних умов, але й безпосередньо від її нейропсихологічного стану на момент прийняття рішення. Організація події з урахуванням нейропсихологічних чинників чинить безпосередню дію на процес прийняття людиною рішення та підвищує результативність підприємницької івент діяльності.

### Література

1. Благодир, Л.М. Нейроекономічні механізми прийняття управлінських рішень [Текст] / Л.М. Благодир // матеріали XLV Науково-технічна конференція факультету менеджменту ВНТУ, 2016.
2. Канеман, Д. Рациональный выбор, ценности и фреймы [Текст] / Канеман Д., Тверски А. // Психологический журнал. – 2003. – Т. 24. – № 4.-С.31-42.
3. Нейроекономіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Нейроекономіка>.
4. Моргенштерн, О. Теория игр и экономическое поведение [Текст] / О. Моргенштерн, Дж. фон Нейман – М.: Книга по Требованию, 2012. – С.708.
5. Кейнс, Дж. М. Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей [Текст] / -М., 1978.
6. Герберт, А. Саймон «Рациональность как процесс и продукт мышления» [Текст]: перек. д.е.н. К.Б.Козловой і М.А.Бланко, / Thesis, 1993.
7. Аузан, А.А. Соціокультурні коди в економічному аналізі [Текст] / А.А. Аузан // Журнал Нової економічної асоціації. № 1 (17), -2013.- С.174.
8. Наумік, К.Г. . Економічна психологія [Текст]: навч. посібник / К.Г. Наумік - 2007.- Харків, вид .ХНЕУ. – С.275
9. Проблеми мотивації економічної поведінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://stud.com.ua/12670/management/problemi\\_motivatsiyi\\_ekonomichnoyi\\_povedinki](http://stud.com.ua/12670/management/problemi_motivatsiyi_ekonomichnoyi_povedinki).
10. Дейнека, О.С. Экономическая психология [Текст]: учеб.пособие ГОУ ВПО «СибГИУ» / О.С. Дайнека – 2003.- Новокузнецк. – С 186.
11. Шабунова, А.А. Экономическое поведение населения: теоретические аспекты [Текст] / А.А.Шабунова, В.Г.Белехова — 2012.- Вологда ИСЭТ РАН.- С.136
12. Мескон, М. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М.Альберта и Ф. Хедоури М.: Дело, 1997. — С.704.
13. Орлов, А. И. Теория принятия решений [Текст]: учебник / Орлов А.И. —2006.- М.: Экзамен, — С. 573.
14. Бланк, И.А. Принятие решений в условиях риска и неопределенности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/qm/qm215.html>.
15. Принятие решение в условиях риска и неопределенности [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.elitarium.ru/prinjatje-reshenija-risk-neopredelennost-razvitie-vybor-alternativa-verojatnost/>. Назва з екрана
16. Kahneman, D., Tversky, A. (1979) Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 313—327.
17. Войтко, В.І. Психологічний словник [Текст] / за ред. Войтко В.І. - 1982. Київ: Вища школа,— С.218.
18. Сорос, Дж. Алхимия финансов [Текст] / Дж. Сорос. - М.: ИНФРА-М 1996. – С.416.
19. Ліндстром, М. Почуття бренду. Вплив на п'ять органів почуттів для створення видатних брендів [Текст] / Ліндстром М.; пер. з англ. І.В. Крилов.- 2006. - М: Ексмо – С. 272.

### References

1. Blagodir, L. (2016). Neuroeconomic Mechanisms for Managing Decision Making. *Materials XLV Scientific and*

*Technical Conference of the Management Department of VNTU.*

2. Kaneman, D., Tversky, A. (2003) Rational choice, values and frames. *Psychological journal*, 24(4), 31-42.
3. Neuroeconomics (n.d.) Retrieved from: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Neuroeconomics>.
4. Morgenstern, O., Neumann, J. (2012) Game Theory and Economic Conduct, 708.
5. Keynes, J. (1978) General Theory of Employment, Percentage and Money.
6. Herbert, A. Simon (1993) Rationality as a Process and Product of Thinking.
7. Auzan, A. (2013) Socio-cultural codes in economic analysis. *Journal of the New Economic Association*, 1 (17), 174.
8. Naumik, K. (2007) Economic Psychology, 275
9. Problems of the motivation of economic behavior. Retrieved from: [http://stud.com.ua/12670/menedzhment/problemi\\_motivatsiyi\\_ekonomichnoyi\\_povedinki](http://stud.com.ua/12670/menedzhment/problemi_motivatsiyi_ekonomichnoyi_povedinki).
10. Deineka, O. (2003) Economic Psychology. *Study allowance GOU VPO "SibGiU"*, 186.
11. Shabunova, A., Belekova, V. (2012) Economic behavior of the population: theoretical aspects , 136.
12. Meskon, M., Albert, M., Hedouri, F. (1997) Fundamentals of Management, 704.
13. Orlov, A. (2006) Theory of decision-making: a textbook, 573.

14. Blank, I. (n.d.) Decision-making under conditions of risk and uncertainty Retrieved from: <http://www.management.com.ua/qm/qm215.html>.
15. Making a decision under conditions of risk and uncertainty Retrieved from: <http://www.elitarium.ru/prinjatje-reshenija-risk-neopredelennost-razvitie-vybor-alternativa-verojatnost/>
16. Kahneman, D., Tversky, A. (1979) Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 313-327.
17. Voitko, V. (1982) Psychological Dictionary, 218.
18. Soros, J. Alchemy of Finance, 416.
19. Lindstrom, M. (2006) Brand feeling. Influence on five sense organs for creating outstanding brands, 272.

**Автор:** НАУМІК-ГЛАДКА Катерина Георгіївна  
доктор економічних наук, професор  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
E-mail – [naumik@ukr.net](mailto:naumik@ukr.net)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0492-7631>

**Автор:** БОБК Катерина Михайлівна  
аспірант  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
E-mail – [vem\\_111@i.ua](mailto:vem_111@i.ua)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7113-1839>

## NEUROECONOMIC APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL EVENT-ACTIVITY

K. Naumik-Gladka, K. Vovk

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

*The factors influencing the decision-making process are investigated. Modern theory of decision-making is considered. An analysis of the types of economic behavior of the subject is carried out.*

*As a result of the research, temporary roles are determined, performed by a person depending on the specifics of economic relations. Dedicated functions of the economic behavior of the subject, which are relevant in the conditions of the information economy.*

*The influence of the criteria influencing the decision-making process in the organization of event events is investigated. The importance of the criterion of the status of a person (CSL) is determined. The scheme of economic behavior of the subject entrepreneur of the event-activity in conditions of uncertainty. The model of "reflexive" behavior of J. Soros is analyzed. The process of stimulation for the decision of M. Lindstrom is considered.*

**Keywords:** neuroeconomics, economic behavior, models of economic behavior, subject of economic activity, conditions of uncertainty, information economy, event events.